

СМЕТАНИНА С. И.

ГРАЖДАНСКАЯ И ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ МЕДИАКРИТИКА: ВОЙНА ДИСКУРСОВ?

Аннотация. Развитие сетевых СМИ и размещение в интернете электронных версий периодических изданий не только расширили пространство коммуникации, но и обновили состав критиков и комментаторов медийных текстов. Право на авторство в медиакритике принадлежит сегодня и тем пользователям интернета, которые на форумах и сайтах представленных в Сети изданий оценивают журналистские материалы, дают советы и даже выступают в роли ньюсмейкеров. В основе статьи – наблюдения за тем, как формируются содержательно-смысловые и речевые приоритеты этой гражданской медиакритики.

Ключевые слова: медиакритика, дискурс, hand-made-журналистика, троллинг, речевые клише.

Smetanina S. I.

THE CIVIC AND PROFESSIONAL CRITICISM: THE WAR OF DISCOURSES?

Abstract. Online media development together with the mass available web versions of many periodicals not only expanded the media sphere but also enhanced the critics and commentators staff of media texts. The right to be a columnist in the field of media criticism belongs nowadays to the users of the Internet, who estimate journalistic work on any possible forums and web sites, provide advices and even become newsmakers. The observation on how semantic and notional patterns along with speech aspects make what we call the civic media criticism is presented at the bottom of the article.

Keywords: media criticism, discourse, hand-made-journalism, trolling, speech cliché.

Неклассические письменные практики современности, «которые вошли в культурный оборот в последнее время – на рубеже веков, и не имеют богатых и непротиворечивых традиций как культурного освоения, так и осмысления в рамках гуманитарных наук» [2, с. 8], постепенно обновляют инвентарь жанров публичной коммуникации и терминологический словарь стилистики и поэтики медиатекста. Так, сегодня в пространстве интернета среди собственно журналистских публикаций вполне полноправно функционируют материалы, написанные непрофессиональными авторами. Эта своеобразная hand-made-журналистика оперативно реагирует не только на актуальные социально-политические, экономические и культурные события, но и на то, как эти события освещаются и осмысляются в средствах массовой информации. Размещенные на сайтах газет и журналов, на форумах, в социальных сетях развернутые комментарии и дискуссии пользователей «всемирной паутины» по поводу публикаций в прессе, радио- и телепрограмм правомерно рассматривать в качестве самостоятельной части медиакритики – гражданской медиакритики.

Под медиакритикой в теории журналистики понимают как осмысление «деятельности по созданию медийного содержания и само это содержание, так и взаимоотношения средств массовой информации с социальной средой и их функционирование» [1, с. 27]. До недавнего времени бесспорное право на авторство в медиакритике принадлежало либо ученым, владеющим навыками научного анализа медийных феноменов (академическая медиакритика), либо журналистам, редакторам и другим творческим работникам, имеющим отношение к мас-

совой коммуникации (профессиональная и массовая медиакритика). Сегодня, благодаря развитию сетевых СМИ и размещению электронных версий многих периодических изданий в интернете, состав критиков и комментаторов медийных текстов пополнился теми, кто на форумах и сайтах представленных в Сети медиаизданий «собирается» вокруг конкретного журналистского материала, оценивает его, обсуждает, дает советы. Наблюдения за профессиональной и гражданской медиакритикой позволили сравнить их содержательно-смысловые и речевые приоритеты, формирующие разные дискурсивные практики.

В публикациях профессионалов совершенно очевиден аналитический контекст, в котором анализ и оценка конкретного материала СМИ являются поводом для постановки и осмысления общественно значимой проблемы. Дискурс медиакритиков сосредоточен главным образом на разъяснении того, какой сигнал статья, теле- или радиопрограмма посылают обществу, над чем аудитории стоит задуматься. Высокая речевая компетенция авторов и умение обнаруживать порой неожиданные связи между фактами языка и фактами реальной действительности, как это и свойственно качественной журналистике, становятся источниками получения новых нюансов смысла. Так, в комментариях обозревателя «Новой газеты» к теленеделе, в информационных программах и политических ток-шоу которой центральное место было уделено знаковым фигурам истории России и спорам о правомерности возведения сегодня некоторым из них монументов и установки мемориальных досок, импульсом для выявления актуальной проблемы послужило производное от ключевого слова «монумент» многозначное слово «монументальный». Именно оно позволило журналисту определить новый медийный вектор и благодаря неожиданной сочетаемости обратить на него внимание аудитории СМИ: «Тени минувшего вытесняют настоящее. Русская весна переместилась из зоны боевых действий в историю. Эпидемия мифотворчества загнала на периферию реальную политику. Главными ньюсмейкерами стали Иван Грозный, 28 панфиловцев, Маннергейм. Лидировал первый русский царь... Новая монументальная пропаганда – точный диагноз обществу, впавшему в беспамятство» (Новая газета. 2016. 19 окт.).

Продолжая традиции русской критической мысли, медиакритика профессионалов касается анализа не только содержания публикаций, теле- и радиопрограмм. Пристальное внимание уделяется и оценке журналистского мастерства. Примечательно, что и в этом случае в числе адресатов публикаций оказываются и обычные читатели, телезрители, радиослушатели, которые получают своеобразные наставления, как следует воспринимать посланный СМИ месседж, как самостоятельно отыскивать противоречия и выстраивать причинно-следственные отношения между компонентами информации. Так, один из фрагментов ток-шоу В. Соловьева о том, что американцы начали производить нефть, собираются экспортировать ее в Европу и таким образом колонизировать эту часть Старого Света, комментирует легендарный журналист-международник М. Стуря: «Ну и что. А что они должны покупать ее все время у Саудовской Аравии?! Ну почему они не могут производить нефть. И более того, они хотят ее экспортировать в Европу. Они хотят ее колонизировать. Значит, получается, что мы колонизировали Европу, потому что она давно покупает нашу нефть, а не американскую» (Эхо Москвы. 2014. 20 окт.).

В целом медиакритика профессиональных авторов-журналистов, анализирующих медийное творчество, сосредоточена на осмыслении той картины мира, которую транслируют СМИ, и опирается на стратегии создания аналитического текста, вовлекая в этот процесс и категории поэтики.

В отличие от профессиональной, гражданская медиакритика лишена аналитических амбиций и сосредоточена на оценке самих журналистских материалов. Эти оценки варьируются от лаконичных реплик общего характера («Отличная статья. Журналисту – респект!»; «Прекрасная статья с “разбором полетов”»; «Если и нужна какая-то журналистика, то она должна быть именно такой») до развернутых (здесь и далее все цитаты приводятся по сайту novayagazeta.ru; архив номеров с октября 2013 по март 2017 г. – прим. авт.). Развернутые оценочные суждения интернет-пользователей касаются и той версии события, той личности, которые представлены в медиатексте, и того, как об этом написано: «Очень точная статья! Именно для этого власть продвинула в Госдуму Милонова и подобных ему»; «...автор этой статьи весьма остроумно подметил особенность путинской власти – деятельная бездеятельность»; «Спасибо автору за внятное и аргументированное изложение “истории с гомеопатией” и за защиту понятия “объективная истина”».

Кроме вербально выраженной оценки журналистского произведения, в комментариях гражданских медиакритиков при сравнении с работой профессионалов обращает на себя внимание смена формы изложения и адресатов текста. Если у профессиональных журналистов – это главным образом монолог, предназначенный аудитории СМИ и авторам медиапосланий, то у посетителей сайтов в целом диалогическая речь. Они вступают в диалог и с теми, чьи публикации привлекли их внимание, и с теми, кто присоединился к обсуждению. Эти диалоги чаще всего носят открытый полемический характер. Однако троллинг как коммуникативная стратегия, провоцирующая агрессию, не часто задерживается на сайтах качественных изданий: (полемика с автором статьи) «Все в общем правильно, но почему (о Н. Поклонской и В. Милонове) “новые Гиви и Моторола”??? Далеко не новые, а нетонущие в крещенской проруби старые»; (полемика с автором комментария на сайте издания – прим. авт.) «Если Вы обо всем, что изложено в статье, знали раньше – чудесно. (Кстати, я тоже знал). Но далеко не все читатели столь осведомлены. Кстати, в чем Вы усмотрели “личные спекуляции”?».

Воспроизведение интернет-мемов, относительно невысокий уровень речевой компетенции объясняются своеобразием информационно-коммуникативной среды и спонтанностью реакции гражданских медиакритиков на опубликованный на сайте материал, но их текстам не чужды и востребованные сегодня языковая игра, интертекстуальность, словотворчество.

Появление гражданской медиакритики только подчеркивает ценность творческих интенций журналистов-профессионалов, умеющих вовлечь свою аудиторию в диалог.

ЛИТЕРАТУРА

1. Короченский А. П. «Пятая власть»? Феномен медиакритики в контексте информационного рынка. Ростов-на-Дону, 2002.
2. Неклассические письменные практики современности. Великий Новгород, 2012.